

ANGEWANDTE GESPRÄCHSFORSCHUNG IN DER FILMBRANCHE

von Reinhold Schmitt und Daniela Heidtmann

Seit Anfang 2002 existiert eine Kooperation zwischen dem Institut für Deutsche Sprache in Mannheim und der Universität Hamburg, Bereich Filmstudium. Die Kooperation, die von den beiden Autoren durchgeführt wird, ist von IDS-Seite aus Bestandteil der Abteilung Pragmatik und hier im Projekt ›Kooperation in Arbeitsgruppen‹ verankert. Die Zusammenarbeit besteht in ihrer Grundstruktur darin, dass wir als Gesprächsforscher von der Filmschule die Gelegenheit bekommen, eine zentrale Ausbildungssituation im Laufe von zwei Jahren mehrfach dokumentieren und wissenschaftlich auswerten zu können. Als Gegenleistung haben wir uns verpflichtet, unsere Ergebnisse in die Praxis des Filmstudiums zurückfließen zu lassen. Es handelt sich hierbei also um eine klassische win-win-Situation, bei der beide Seiten profitieren. Wir beschreiben im Folgenden den Teil unserer Gegenleistung für die Aufnahme- und Auswertungserlaubnis; es geht hier also nicht um den wissenschaftlichen Ertrag der Kooperation.

Mit der Konzentration auf unsere Gegenleistungen, d.h. der Beschreibung des Rücktransfers unserer Ergebnisse, befinden wir uns in einem Erkenntnis-

bereich, der sich seit Mitte der Achtzigerjahre in Deutschland unter der Bezeichnung ›angewandte Gesprächsforschung‹ als eigenständiger Teil der wissenschaftlichen Gesprächsforschung etabliert hat. Der wesentliche Unterschied zwischen der wissenschaftlichen und der angewandten Variante der Gesprächsforschung besteht im jeweiligen zentralen Erkenntnisinteresse: Der Gesprächsforschung als wissenschaftlicher Disziplin geht es darum, die grundlegenden und verdeckten Funktionsweisen von Kommunikation und die hierfür konstitutiven Aktivitäten der Beteiligten zu untersuchen und in Form verallgemeinerbarer Regularitäten zu formulieren. Die angewandte Gesprächsforschung ist demgegenüber problemorientiert. Ihr Erkenntnisinteresse besteht im Auffinden und in der Analyse von Kommunikationsproblemen in unterschiedlichen Situationen sowie in der Formulierung von Lösungsmöglichkeiten für diese Probleme und in deren konkreter Umsetzung.

Die angewandte Gesprächsforschung nutzt dabei das Wissen, das in unzähligen empirischen Untersuchungen über unterschiedlichste Detailspekte von

Kommunikation bislang zusammengetragen worden ist, ohne jedoch das strenge methodische Vorgehen der wissenschaftlichen Variante zu reproduzieren. Hierfür besteht in angewandter Hinsicht weder die Notwendigkeit, noch sind hierfür im Rahmen angewandter Kooperationen und Projekte die zeitlichen und personellen Ressourcen gegeben.¹ Die bislang vorliegenden Ergebnisse der angewandten Gesprächsforschung sind inzwischen detailliert dokumentiert.²

Die wissenschaftliche Gesprächsforschung hat im Vergleich zu anderen sprachwissenschaftlichen Ansätzen wegen ihres Forschungsgegenstandes automatisch einen engen Bezug zur Anwendung. Da sie authentisches Kommunikationsgeschehen in möglichst unterschiedlichen relevanten gesellschaftlichen Kontexten untersucht (Schule, Wirtschaftsunternehmen, Institutionen etc.), steht sie in diesen Bereichen zwangsläufig hinsichtlich ihrer Praxisrelevanz auf dem Prüfstand und wird in die Pflicht genommen. Wir meinen, die Gesprächsforschung sollte sich dezidiert und konsequenter als bislang geschehen dieser Anforderung stellen und diesen Aspekt auch hinsichtlich seiner Konsequenzen für die eigene Wissenschaftsorganisation reflektieren. Dies sollte natürlich nicht mit dem Ziel geschehen, etwa professionellen Unternehmensberatungen und ihrem Produktsegment ›Kommunikationsberatung‹ den Rang abzulaufen. Vielmehr ist es für die Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Gesprächsforschung wichtig, die Möglichkeiten zu erkennen und die Chancen zu nutzen, die praxisbezogene Kooperationen mit relevanten gesellschaftlichen Handlungsfeldern bieten.

Wir selbst verfügen im Bereich der angewandten Gesprächsforschung über einschlägige Erfahrungen, die wir in den letzten dreizehn Jahren in verschiedenen Kooperationen mit unterschiedlichen Unternehmen und Institutionen gemacht haben. Unsere Tätigkeit in der anwendungsorientierten Gesprächsforschung und als Kommunikationsberater geht bis in die Anfänge der Neunzigerjahre zurück und umfasst neben dem klassischen Feld der Kommunikationsschulung mit Schwerpunkt Kundenorientierung und Unternehmenspräsentation am Telefon³ auch eine mehrjährige Tätigkeit als Industrielektor mit dem Schwerpunkt ›Analyse und Verfassen von Gebrauchsanweisungen für medizinische Messgeräte‹⁴. Weiterhin speist sich unsere Erfahrung aus einer zweijährigen Forschungs-kooperation mit einem international führenden Software-Unternehmen⁵, bei der es um Effektivitätssteigerung von Meetings ging und die sowohl

Kommunikationsberatung als auch die Konzeption und Durchführung von Kommunikationsschulungen umfasste. Des Weiteren haben wir eine dreijährige Kooperation mit einer international tätigen Unternehmensberatung⁶ mit Schwerpunkt Meeting- und Führungsstilanalyse durchgeführt und dabei Kommunikationsberatung in Form von Einzelcoachings und Gruppentrainings konzipiert und realisiert.⁷

Die Zusammenarbeit mit der Universität Hamburg stellt in dieser Hinsicht also den momentanen Endpunkt einer ganzen Reihe von Kooperationen mit sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Praxisfeldern dar.

Das Filmstudium

Das Filmstudium der Universität Hamburg wurde 1993 von dem Schauspieler und Regisseur Hark Bohm gegründet. Es ist als ein auf zwei Jahre begrenztes Aufbaustudium konzipiert, das sich an herausragende filmische Begabungen mit – in der Regel – längerer Erfahrung bei Film und Fernsehen richtet. Nach dem Motto ›klein, aber fein‹ bietet es im zweijährigen Turnus gerade einmal 24 Studenten einen der begehrten Ausbildungsplätze. Von den zahlreichen Bewerbungen werden insgesamt 60 Kandidaten nach einem sorgfältigen Auswahlverfahren zu den Aufnahmeprüfungen eingeladen und schließlich 24 ausgewählt, die während dieser zwei Jahre die einzigen Studenten des Filmstudiums sind. Sie verteilen sich in Sechsergruppen auf die vier Klassen ›Drehbuch‹, ›Kamera‹, ›Regie‹ und ›Produktion‹. Wie die vielen Auszeichnungen und Nominierungen von Studentenfällen unterschiedlicher Kategorien in internationalen Wettbewerben zeigen, ist das Filmstudium mit diesem Konzept ausgesprochen erfolgreich.

Die Studenten haben einerseits fachspezifischen Unterricht in ihren Klassen und müssen andererseits während ihres zweijährigen Studiums insgesamt drei Filme produzieren: einen 5-Minüter in Schwarz-Weiß ohne Dialoge, einen 10-Minüter und letztlich den etwa 20-minütigen Abschlussfilm. Zur Produktion dieser Filme bilden die Studenten Teams aus jeweils einem Vertreter der Klasse ›Drehbuch‹, ›Regie‹, ›Produktion‹ und ›Kamera‹. Zu Beginn dieser drei Filmprojekte besteht die zentrale Aufgabe der Gruppe jeweils darin, ihre Ideen zu ›pitchen‹, d.h. in wenigen Sätzen auf den Punkt zu bringen, um was es in ihrer Geschichte geht und anschließend den Stoff der Geschichte in detail vorzustellen und gemeinsam mit

ihren Dozenten weiter zu entwickeln. Genau diese Situationen der Erst-Pitchings in den Gruppen haben wir im Rahmen der Studie ›Pitching in Teams‹ dokumentiert und ausgewertet.

Die Studie ›Pitching in Teams‹

Als Ausgangsmaterial unserer Auswertungen dienten Videodokumentationen der Pitching-Sitzungen für die 5-Minuten-Filme, die wir im ersten Semester aufgezeichnet haben. Ziel der Auswertung war es, einen detaillierten Überblick über grundlegende Strukturen der Situation zu erhalten, um konkret umsetzbare Vorschläge zur Optimierung und Effektivierung der Zusammenarbeit von Dozenten und Studenten machen zu können.

Bereits während der Dokumentation fertigten wir detaillierte schriftliche Protokolle an und hielten so erste Eindrücke von wiederkehrenden Fragen und wichtigen inhaltlichen und kommunikativen Aspekten fest. Schon in dieser frühen Phase zeichneten sich zwei Aspekte als relevant für die Zielsetzung der Studie ab: zum einen Pitching als inhaltlich-dramaturgische Aufgabe, zum anderen Pitching als Kommunikationsereignis.

Anschließend sahen wir alle Videoaufzeichnungen systematisch durch, um die Erstprotokolle zu vervollständigen, und notierten wichtige Stellen, um sie später einer detaillierten Analyse zu unterziehen.

Zunächst orientierten wir uns an Pitching als inhaltlich-dramaturgischer Aufgabe und erstellten eine Liste aller relevanten Aussagen zur Stoffentwicklung. Hier steht das dramatische Grundschema im Mittelpunkt, an dem sich die Geschichte orientieren muss: Wer ist der Protagonist, welches Ziel hat er, welches Hindernis liegt der Erreichung des Ziels im Weg und welche Kosten hat es für ihn, wenn er sein Ziel nicht erreicht? Darüber hinaus ging es um allgemeine dramentheoretische Aspekte und deren konkrete filmisch-szenische Umsetzung.

Dann fragten wir nach den organisatorischen und kommunikativen Aspekten der Pitching-Situation. Hier kamen typische Verläufe, wiederkehrende Aktivitäten, die Kooperation zwischen Studenten und Dozenten sowie die Form und die Auswirkungen der Arbeitsteilung der Dozenten ins Blickfeld.

Unsere Ergebnisse haben wir in einem 50-seitigen Bericht für das Filmstudium festgehalten und zudem

für die sechs Pitching-Teams und die Dozenten an zwei Tagen in jeweils zweistündigen Präsentationen vorgestellt. Die Vor-Ort-Präsentationen basierten auf einer multimedialen Power-Point-Präsentation, die es ermöglichte, prototypische Stellen aus den dreistündigen Videoaufzeichnungen vorzuspielen, um unsere Ergebnisse an konkreten Beispielen zu verdeutlichen.

Im zweiten Semester dokumentierten wir dann die Pitchings für die 10-Minuten-Filme und werteten diese kontrastiv zu den bereits vorliegenden Ergebnissen aus. Dabei lehnten wir uns an das bei der Analyse der 5-Minuten-Pitchings entwickelte Konzept an. Zum Abschluss der Studie werden wir auch die 20-Minüter entsprechend dokumentieren und auswerten und damit diese Studentengeneration anhand dreier relevanter ›Schnitte‹ über ihr gesamtes Studium hinweg bezüglich der wiederkehrenden Aufgabe ›Pitching in Teams‹ begleitet haben.

Auf der Grundlage unserer systematischen Auswertungen haben wir konzeptionelle Vorschläge zu folgenden Aspekten formuliert:

- Umstrukturierung und Optimierung der Pitching-Situation in organisationsstruktureller Hinsicht: Unsere Vorschläge zielen hier primär auf die systematische Vorbereitung der Pitching-Situation. Die Studenten sollen durch unsere Vorschläge besser als bislang in die Lage versetzt werden, sich zielorientiert und systematisch auf die Aufgaben der Situation einzustellen und die Anforderungen seitens der Dozenten bereits im Vorfeld der Situation detailliert zu kennen, um diese ihrer Vorbereitung zu Grunde zu legen.
- Optimierung der Pitching-Situation als kommunikatives Ereignis: Unsere Vorschläge beziehen sich hier in erster Linie auf eine Modifikation der manifesten Asymmetrie in der Interaktionsgestaltung zwischen Studenten und Dozenten. Die Auswertung verdeutlicht die Notwendigkeit, selbstbestimmte Beteiligungsmöglichkeiten der Studenten zu verbessern und die Einseitigkeit der Situationsgestaltung durch die Dozenten aufzubrechen. Hierdurch werden die Voraussetzungen zur Erreichung der gesetzten Ziele deutlich verbessert.

Neben diesen konzeptionellen Hinweisen haben wir selbst unterschiedliche Lehrmaterialien entwickelt und Vorschläge für deren Einsatz in der Vorbereitung und Durchführung zukünftiger Pitching-Situationen gemacht.

Der Prototyp einer multimedialen Lern-CD

Der Grundgedanke bei der Entwicklung der Lehrunterlagen war: ›Aus der Praxis für die Praxis‹. Deshalb haben wir uns – wie bei der gesamten Studie – daran orientiert, das De-facto-Handeln der Beteiligten in seiner wechselseitigen Bedingtheit zu rekonstruieren, um dann genau an den inhaltlichen Punkten anzusetzen, die in der Situation zu Problemen führen. Dies bedeutet, dass sich die Lehrunterlagen eng an den zentralen Lernzielen und Kernaufgaben der speziellen Pitching-Situationen orientieren, außerdem an dem rekonstruierten Pitching- und Stoffentwicklungs-Konzept der Dozenten sowie an den zentralen Aspekten und Problemen, die bei den Pitching-Situationen aller Gruppen immer wieder deutlich geworden sind. Die Lehrunterlagen sind also nicht abstrakt-theoretisch durch Antizipation möglicher Lernbedürfnisse konzipiert.

Konkret führte das bei der Auswertung der Pitching-Situationen zu den 5-Minuten-Filmen zum Prototyp einer multimedialen Lern-CD mit Hypertextstruktur, die inhaltlich ihren Schwerpunkt auf dem ›Dramatischen Schema‹ hat. Das Dramatische Schema und die mit ihm zusammenhängenden Fragen und Probleme wurden als die dominanten inhaltlichen Aspekte in allen Gruppen deutlich und strukturierten – unserem Konzept folgend – auch den inhaltlichen und didaktischen Aufbau der Lern-CD.⁸

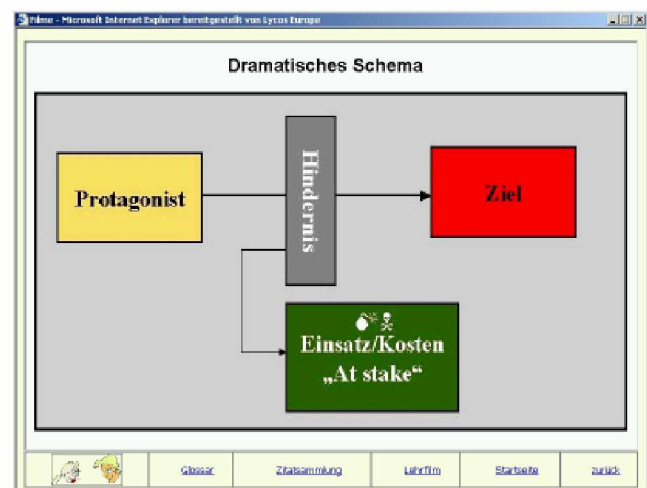


Screenshot 1: ›Startseite‹

Aber nicht nur inhaltlich, sondern auch von der Präsentationsform sollten sich die Lehrunterlagen so eng wie möglich an unser ›Zielpublikum‹ anlehnen.

Deshalb entwarfen wir statt linearer papierner Unterlagen eine multimediale Lern-CD, die eine weitgehende optische Orientierung der Nutzer – wie sie im Filmkontext normal ist – erlaubt. Die CD integriert verschiedene Bausteine: Neben rein textlichen Elementen finden sich kleine Videoausschnitte aus den Pitching-Situationen, animierte Grafiken und ein kleiner Cartoon/Zeichentrickfilm. Die CD soll in exemplarischer Weise Möglichkeiten multimedialen Lernens speziell im Bereich Pitching und Stoffentwicklung demonstrieren und hauptsächlich als Vorbereitung auf die gemeinsame Arbeit in der Pitching-Situation dienen.

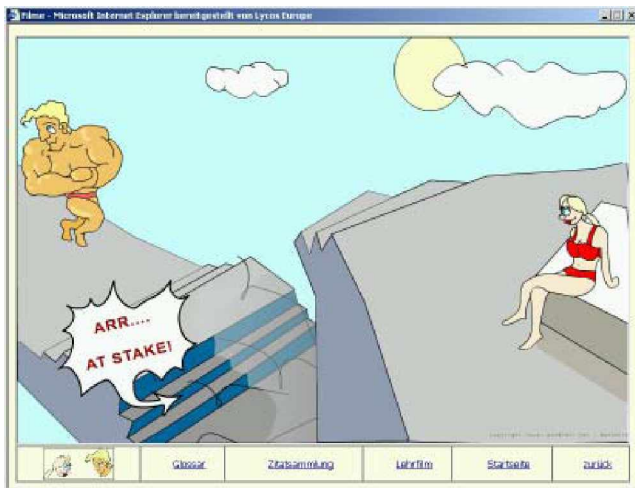
Der Einstieg in das Lernprogramm ist festgelegt: Die Nutzer treffen zuerst auf das Dramatische Schema in Form einer Grafik und können von dort aus zu einem Cartoon gelangen, der als kleiner Zeichentrickfilm die vier relevanten Kategorien des Dramatischen Schemas ausfüllt: Protagonist, sein Ziel, ein zu überwindendes Hindernis, die Kosten für ihn, wenn er an dem Hindernis scheitert.



Screenshot 2: ›Dramatisches Schema‹

Innerhalb des Cartoons können die Nutzer entscheiden: Lässt man den Protagonisten sein Ziel erreichen und was passiert dann? Lässt man es ihn nicht erreichen und was passiert dann?

Nach diesem kurzen festgelegten Einstieg über das Dramatische Schema ist nun eine freie spielerische Navigation möglich. Sie soll die Studenten dazu motivieren, sich intensiv auf ihre erste Pitching-Situation und das, was als zentrale Anforderungen auf sie zukommen wird, vorzubereiten. Sie treffen dabei auf unterschiedliche Lern- und Informationstypen:



Screenshot 3: ›Cartoon‹

1. Das ›Pitch-Formular‹, das die Produktionsvorgaben der Filme beinhaltet (z.B. Länge, Format etc.), die unterschiedlichen Positionen des Dramatischen Schemas auflistet und nach jeder Position eine Zeile frei lässt, auf der man die Kategorie für seine spezifische Filmidee ausfüllen kann sowie ein Textfenster mit Raum für einen etwa fünfzeiligen Pitch. Das Textfenster ist mit fünf Zeilen recht knapp gewählt, weil die Studenten lernen sollen, ihre Idee wirklich kurz zusammen zu fassen, eben zu pitchen.

Neben diesem unausgefüllten Pitch-Formular, das ausgedruckt und als ›Rohling‹ für alle anstehenden Pitches im Studium verwendet werden kann, existiert auch ein von uns ausgefülltes Muster, das in exemplarischer Weise den Cartoon pitcht, über den die Studenten beim Einstieg in die CD geleitet wurden.

2. Das Glossar hängt eng mit dem Pitch-Formular zusammen, da es die zentralen Aspekte eines Pitches sowie sein Verhältnis zur dramatischen Struktur erklärt. Für die Vorbereitung auf die gemeinsame Arbeit mit den Dozenten in zukünftigen Pitching-Situationen enthält es zudem einige zentrale Leitfragen (›Liste erwartbarer Fragen der Dozenten‹), auf die die Dozenten mit großer Wahrscheinlichkeit zu sprechen kommen werden. Die Liste fasst Fragen der Dozenten zur Stoffentwicklung und szenischen Umsetzung der Filmstoffe zusammen, orientiert sich an den von uns ausgewerteten Sitzungen und beinhaltet deren Diskussionsschwerpunkte. An Hand dieser Liste können die Studenten antizipieren, mit welchen Fragen und Diskussionen sie zu ihren gepitchten Geschichten in der gemeinsamen Sitzung rechnen können.

3. Als Ergänzung des Glossars zum Nachlesen ist eine Zitatsammlung gedacht. Sie beinhaltet zum einen weitere wichtige Begriffe (z.B. Exposition, Spannung), zum anderen sind darin die wichtigsten Ausführungen der Dozenten zum Wesen der Dramaturgie in einer größeren Ausführlichkeit dargestellt. Die Zitatsammlung gibt diejenigen Probleme wieder, die in allen Gruppen – zum Teil wiederholt – besprochen worden sind und orientiert sich dabei wörtlich an den Erklärungen der Dozenten.

Glossar und Zitatsammlung bestehen nicht nur aus textlichen Beschreibungen, sondern auch aus kleinen Lehrfilmen: ausgewählte Videoausschnitte im Originalton, in denen zentrale Probleme der Stoffentwicklung behandelt werden. Diese Ausschnitte haben wir analytisch aufbereitet und bezogen auf die Vorstellungen der Dozenten didaktisiert. So erhalten die Studenten in der CD nicht nur inhaltlich-dramaturgische Informationen, sondern bekommen auch einen ersten Eindruck, was sie kommunikativ und atmosphärisch erwartet und wie das Verhaltensspektrum der Dozenten und deren Arbeitsteilung ist. Sie können sich so anhand der kleinen Ausschnitte besser auf die Erwartungen der Dozenten einstellen und auch antizipieren, wie ihr erstes Pitching als soziales Ereignis organisiert sein wird.

Die CD leitet die Vorbereitung der Studenten an und verringert die Notwendigkeit, Grundfragen in der gemeinsamen Pitching-Situation mit den Dozenten zu klären. Sie strukturiert zudem auch die Diskussion und Bearbeitung der Geschichte in der Pitching-Situation selbst. Die relevanten Positionen des dramatischen Grundschemas können dann als bekannt vorausgesetzt werden, die Studenten können Schwachstellen ihrer Geschichte selbst erkennen und Diskussionspunkte antizipieren bzw. selbst einbringen.

Die Ergebnispräsentationen in den einzelnen Gruppen hat übereinstimmend die Wichtigkeit eines solchen multimedialen Lerninstruments demonstriert. Es wurde auch deutlich, dass das Konzept mit den kleinen Lehrfilmen aufgeht und dass vor allem der von uns entworfene Cartoon gerade in seiner didaktischen Überzeichnung bei den Studenten einen hohen Erinnerungseffekt erzielte.

Die Multimedia-CD mit der thematischen Konzentration auf das ›Dramatische Schema‹ und die damit zusammenhängenden Aspekte und Fragen wurde

von uns ursprünglich als prototypische Demonstration der Möglichkeiten des Selbststudiums der Studenten konzipiert. Inzwischen ist durch die Auswertung der nachfolgenden 10-Minuten-Pitchings jedoch klar, dass sich das Konzept bewährt hat und die CD nunmehr systematisch ausgearbeitet werden kann. Die thematische Richtung, in der dies geschehen sollte, wird durch unsere Auswertungen der 10-Minuten-Pitchings deutlich: Stand bei den 5-Minuten-Filmen das Dramatische Schema im Mittelpunkt kritischer Nachfragen, Ausführungen und Diskussionen, so hat sich der zentrale thematische Aspekt verschoben. Bei den 10-Minuten-Filmen ging es nun primär um den ›Charakter der Protagonisten/Antagonisten‹ und die ›Strukturen der Situation‹. Es zeigt sich also ganz deutlich, dass die Studenten seit ihrem ersten Pitching große Fortschritte gemacht haben und sich nun produktiv mit neuen dramatischen Problemen auseinander setzen.

Die Konsequenzen aus unseren bisherigen Erfahrungen mit den zwei dokumentierten Pitching-Situationen für die Weiterentwicklung der Lehrunterlagen zeichnen sich nun klar ab: Nach der ersten grundlegenden Einheit zum ›Dramatischen Schema‹ muss sich eine weiterführende Einheit zum ›Dramatischen Charakter‹ und zur ›Dramatischen Situation‹ anschließen. Diese kann in ihrem Aufbau dem Konzept, das dem thematischen Aspekt ›Dramatisches Schema‹ zu Grunde liegt, folgen und auch eine Zerteilung von linearen Textformularen und multimedialer Aufbereitung realisieren. Dabei wäre es von Vorteil, den Studenten ein Formular als Vorbereitung und Analyseinstrument in die Hand zu geben, das ähnlich wie das Pitch-Formular die wichtigsten Punkte zum Thema ›Dramatischer Charakter‹ und ›Dramatische Situation‹ in didaktisierter Form zusammenstellt.

Wenn als drittes Modul der zentrale Problemaspekt, der sich bei den 20-Minuten-Pitches zeigen wird (und der sich von den vorangegangenen sicherlich unterscheidet), in didaktisch aufbereiteter Weise integriert wird, dann verfügt der zukünftige Student über eine praxisbasierte, praxis- und problemorientierte Grundlage, um sich auf drei wichtige Situationen seines Studiums (= erstes Pitching der 5-, 10- und 20-Minuten-Filme) nicht nur inhaltlich-thematisch, sondern auch kommunikativ-sozial umfassend vorzubereiten.

Grundsätzlich sehen wir in dem von uns realisierten Konzept ›aus der Praxis für die Praxis‹, das das faktische Geschehen in zentralen Situationen des

Arbeitsalltags als Grundlage für die Entwicklung von Lehrmaterialien nimmt, eine übertragbare Möglichkeit für praxisorientierte Ausbildungen auch in ganz anderen Bereichen.

Fazit und Ausblick

Kooperationen zwischen Gesprächsforschern und Unternehmen oder Institutionen in relevanten gesellschaftlichen Praxisfeldern entstehen mehr oder weniger zwangsläufig. Die Gesprächsforschung ist auf authentische Aufnahmen aus möglichst unterschiedlichen Bereichen angewiesen, und wenn man nicht gerade in der eigenen Familie oder im eigenen Freundeskreis Aufnahmen macht, bewegt man sich automatisch in irgendeinem Praxisfeld. Unternehmen und Institutionen haben nun – im Gegensatz zu Freizeitgruppen, die schon allein durch die wissenschaftliche Beschäftigung mit ihnen einen Gewinn in Form sozialer Aufwertung für sich selbst sehen – in der Regel kein originäres Interesse daran, sich und ihre Arbeitspraxis dokumentieren und untersuchen zu lassen. Für ihre Einwilligung wird – wie wir finden völlig legitim – in der Regel eine Gegenleistung in Form eines Rücktransfers in das untersuchte Praxisfeld erwartet. Diese Gegenleistung kann von allgemeinen und unspezifischen Rückmeldungen bis hin zur konkreten Kommunikationsberatung und der Durchführung von Schulungsaktivitäten reichen. Was das jeweilige Praxisfeld im Einzelfall fordert, ist von sehr unterschiedlichen Bedingungen abhängig, u.a. auch davon, welche Kompetenzen und Expertisen es den Gesprächsforschern jeweils zuschreibt und zutraut. Wenn eine Kooperation seitens des Unternehmens oder der Institution völlig ohne Transfererwartung über die Bühne gehen kann, sollte man als Gesprächsforscher also eher betroffen als glücklich sein.

Solche Ergebniserwartungen müssen als Chance gesehen werden und dürfen auf gar keinen Fall als notwendiges Übel abgetan und daher nur halbherzig versprochen und zugestanden werden. Kooperationen in gesellschaftlich relevanten Praxisfeldern sind eine gute Möglichkeit, die Leistungsbreite und Kompetenz der Gesprächsforschung als angewandte Wissenschaft kontrastiv und in Konkurrenz zu etablierten kommunikationsbezogenen Professionen zu demonstrieren. Nicht nur – aber gerade – in Zeiten knapper finanzieller Ressourcen und damit verbundenen Kämpfen um Zukunftschancen für den eigenen wissenschaftlichen Nachwuchs sind solche Ko-

operationen wichtige Arenen, die angewandte Gesprächsforschung im Bewusstsein gesellschaftlicher Praktiker als für sie selbst relevanten Ansatz zu verankern.

Für die Organisation des wissenschaftlichen Forschungsprozesses bedeutet dies allerdings, den angewandten Teil von Beginn an als integrierten Bestandteil des Forschungsdesigns zu definieren und den damit verbundenen Aufwand dementsprechend ehrlich zu kalkulieren. Es bedeutet darüber hinaus, Fragen des Adressatenzuschnitts und der Didaktisierung der Ergebnisse als eine Herausforderung und Aufgabe zu begreifen. Letzteres ist zwangsläufig mit der Aneignung der für die anwendungsorientierte Gesprächsforschung notwendigen Vermittlungskompetenz verbunden.

Das, was auf den ersten Blick vielleicht als zusätzliche Aufgabe und Nebentätigkeit zur eigentlichen wissenschaftlichen Tätigkeit aussehen mag, entpuppt sich beim zweiten Hinsehen als einmalige Chance zu völlig neuen wissenschaftlichen Untersuchungsbereichen, Fragestellungen und Kooperationsgelegenheiten. Diese wirken nicht nur zurück auf die zentralen Bereiche der Wissenschaft selbst, indem sie die Theorie- und Konzeptentwicklung beeinflussen. Ernst genommen führen sie zur Etablierung eines neuen und wichtigen Wissenschaftsbereichs. Aufgabe dieses neuen Wissenschaftsbereichs ist es, Prozesse der Vermittlung kommunikationsbezogenen Wissens und kommunikationsbezogener Fähigkeiten systematisch mit den Mitteln der Gesprächsforschung zu untersuchen und die für die Vermittlung notwendigen Theorien und Konzepte zu entwickeln. Dies ist eine – wie wir finden – wichtige und erfolgversprechende Aufgabe.

Anmerkungen

¹ Zu den Unterschieden von wissenschaftlicher und angewandter Gesprächsforschung siehe Fiehler/Schmitt (i.Dr.).

² Zum Stand der angewandten Gesprächsforschung siehe beispielsweise die Sammelbände Brünner/Fiehler/Kindt (1999) und Becker-Mrotzek/Fiehler (2002).

³ Für den Baukonzern Bilfinger und Berger wurde Anfang der Neunzigerjahre eine Studie »Unternehmenspräsentation am Telefon« durchgeführt. Auf der Grundlage der Ergebnisse dieser Studie wurde eine gesprächsanalytisch fundierte Schulung entwickelt, die von allen wichtigen Niederlassungen durchgeführt wurde.

⁴ An der Kooperation mit Boehringer Mannheim in den Jahren 1994 bis 1998 waren Andreas Liebert und Reinhold Schmitt beteiligt.

⁵ Die Kooperation mit der SAP Walldorf AG wurde in der Zeit von 1998 - 2000 von Reinhold Schmitt, Dagmar Brandau und Daniela Heidtmann durchgeführt.

⁶ Der mehrjährige Kontakt mit der Unternehmensberatung Roland Berger & Partner in Frankfurt wurde in den Jahren 1998 - 2001 von Reinhold Schmitt und Daniela Heidtmann realisiert.

⁷ Ergebnisse aus den unterschiedlichen Kooperationsprojekten aus wissenschaftlicher und angewandter Perspektive sind dokumentiert in: Fiehler/Schmitt (2002 und i.Dr.), Schmitt (2000, 2001a, 2001b, 2002), Schmitt/Brandau/Heidtmann (1999) und Schmitt/Heidtmann (2000, 2002a, 2002b).

⁸ Die Lern-CD haben wir mit technischer Unterstützung von Yasar Özdemir realisiert.

Literatur

- Becker-Mrotzek, Michael/Fiehler, Reinhard (Hrsg.) (2002): Unternehmenskommunikation. Tübingen.
- Brünner, Gisela/Fiehler, Reinhard/Kindt, Walther (Hrsg.) (1999): Angewandte Gesprächsforschung. Band 1 und 2. Opladen/Wiesbaden.
- Fiehler, Reinhard/Schmitt, Reinhold (2002): Das Potenzial der angewandten Gesprächsforschung für Unternehmenskommunikation: Das Beispiel »Kundenorientierung«. In: Haß-Zumkehr, Ulrike/Zifonun, Gisela/Kallmeyer, Werner (Hrsg.): Ansichten der deutschen Sprache. Festschrift für Gerhard Stickel zum 65. Geburtstag. Tübingen, S. 501-527.
- Fiehler, Reinhard/Schmitt, Reinhold (i.Dr.): Gesprächstraining. In: Deppermann, Arnulf et al. (Hrsg.): Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch.
- Schmitt, Reinhold (2000) unter Mitarbeit von Dagmar Brandau und Daniela Heidtmann: Abschlussbericht der Studie »Kommunikation in Arbeitsgruppen: Die Analyse von Kommunikationsprozessen in Meetings«. Mannheim: IDS (Manuskript).
- Schmitt, Reinhold (2001a): Die Tafel als Arbeitsinstrument und Statusrequisite. In: Ivanyi, Zsuzsanna/Kertes, Andras (Hrsg.), Gesprächsforschung. Tendenzen und Perspektiven. (= Metalinguistica 10). Frankfurt am Main, S. 221-242.
- Schmitt, Reinhold (2001b): Von der Videoaufzeichnung zum Konzept »Interaktives Führungshandeln«: Methodische Probleme einer inhaltlich orientierten Gesprächsanalyse. In: Gesprächsforschung – Onlinezeitschrift zur verbalen Interaktion (ISSN 1617-1837) Ausgabe 2 (2001), S. 141-192 (www.gespraechsforschung-ozs.de).
- Schmitt, Reinhold (2002): Hierarchie in Arbeitsgruppen als stilbildender Aspekt. In: Keim, Inken/Schütte, Wilfried (Hrsg.): Soziale Welten und kommunikative Stile. Festschrift für Werner Kallmeyer zum 60. Geburtstag. Tübingen, S. 113-135.
- Schmitt, Reinhold/Brandau, Dagmar/Heidtmann, Daniela (1999): Gruppenstil in Arbeitsmeetings. In: Sprachreport 1/99, S. 20-25.
- Schmitt, Reinhold/Daniela Heidtmann (2002b): Abschlussbericht der Studie »Pitching in Teams« – Bestandsaufnahme und erste Vorschläge. Erstellt für das Filmstudium der Universität Hamburg. Mannheim: IDS (Manuskript).
- Schmitt, Reinhold/Heidtmann, Daniela (2000): Die Analyse von Meetings: Ein Bericht über ein gesprächsanalytisches Transferprojekt in einem Software-Unternehmen. In: http://www.germanistik.uni-halle.de/tagungen/transfer_2000/index2.htm, 70-79. Erscheint in: Antos, Gerd/Wichter, Sigurd (Hrsg.): Wissenstransfer zwischen Experten und Laien. Frankfurt am Main.
- Schmitt, Reinhold/Heidtmann, Daniela (2002a): Die interaktive Konstitution von Hierarchie in Arbeitsgruppen. In: Becker-Mrotzek, Michael/Fiehler, Reinhard (Hrsg.), S. 179-208.

Die Autoren sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim.